อนาคตภาพของขีดความสามารถด้านนวัตกรรมในการจัดการธุรกิจขนาดกลาง ที่ส่งออกเครื่องนุ่งห่มในประเทศไทย

The Scenarios of Innovative Competitiveness in Medium Sized Garment Export Business Management in Thailand

ณัฐนรินทร์ เนียมประดิษฐ์*
Natnarin Niampradit
ชูวิทย์ มิตรชอบ**
Chuwit Mitrchob

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอนาคตภาพทางบวกทางลบ และอนาคตภาพที่น่าจะเป็นไปได้มากที่สุดด้านนวัตกรรมในการจัดการธุรกิจส่งออกเครื่องนุ่งห่มของกลุ่มผู้ประกอบการขนาดกลางหลังจากการรวมตัวกันเป็นประชาคมเศรษฐกิจปี 2558 การเก็บข้อมูลเป็นการใช้เทคนิคเดลฟาย และวิเคราะห์ผลกระทบไขว้ผลการศึกษาจากการมองภาพอนาคตพบภาพอนาคตทางบวก 10 ภาพ ที่สำคัญคือวัตถุดิบในการผลิตจะมีราคาถูกลงช่วยดึงดูดการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศเข้ามาในอาเซียนและประเทศไทย พบภาพอนาคตทางลบ 8 ภาพ ที่สำคัญคือมีการลงทุนที่สูงขึ้นทั้งในด้านเครื่องจักรอุปกรณ์ และการลงทุนพัฒนาบุคลากร ภาพอนาคตที่เป็นไปได้มากที่สุดด้านนวัตกรรมในการจัดการ 39 ภาพ ที่สำคัญคือคือเน้นการเป็นผู้นำหรือการพัฒนาแฟชั่น การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ให้ไทยเป็นศูนย์กลางแห่งการออกแบบสินค้าแฟชั่นใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมลดการใช้พลังงานและการนำระบบที่มีประสิทธิภาพมาบริหารจัดการ

คำสำคัญ: การจัดการ/อนาคตภาพ/เครื่องนุ่งห่ม/การส่งออก/ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

Abstract

The objective of this research was to study the optimistic-realistic scenario, pessimistic-realistic scenario and most-probable scenario in the medium-sized garment export business after the establishment of the ASEAN Economic Community: AEC in 2015. This research applied the methodology by The Delphi technique data and the Cross-Impact Analysis. The results of the optimistic-realistic scenario found 10 scenarios. The important scenario was that the raw materials would be so cheaper that they would attract more attract more foreigners to invest in

* นักศึกษาปริญญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยคริสเตียน
** อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์ ดร.ผู้อำนวยการสำนักพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจ สำนักคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

ASEAN countries and in Thailand. The pessimistic-realistic scenario found 8 scenarios. The important scenario was that the costs of in equipment and human resource development would increase. The most-probable scenario in innovation management found 39 scenarios. The important scenario was the that emphasis should be on fashion leadership or development, positioning Thailand as a center of fashion designs; using modern and environment-friendly technology, and saving energy and implementing an effective management.

Keyword: Management/Scenario/Garment/Export/ASEAN Economic Community (AEC)

ความเป็นมาและความสำคัญ

การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจในอดีตที่ผ่านมามีการรวมกลุ่มทางการค้าเกิดขึ้นระหว่างอารยธรรมมาตั้งแต่ในสมัยโบราณ นับจากการเดินทางของมาร์โคโปโลเจ็ดศตวรรษที่ผ่านมาเศรษฐกิจโลกก็มีการเคลื่อนไหวและเกิดความร่วมมือทางการค้า ซึ่งในอนาคตการติดต่อสื่อสารรวมถึงความรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อเศรษฐกิจและเทคโนโลยีมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น และหลังจากที่สงครามโลกครั้งที่ 2 ยุติลง ความเสียหายจากสงครามทำให้ประเทศต่างๆ อยู่ในภาวะความอดอยาก ประเทศเหล่านั้นจึงพยายามร่วมมือฟื้นฟูเศรษฐกิจของโลกทำให้เศรษฐกิจและการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศขยายตัวมากขึ้นแต่เนื่องจากประเทศด้อยพัฒนามีทรัพยากรจำกัดและศักยภาพในการผลิตต่ำ และแต่ละประเทศก็พยายามตั้งกำแพงภาษี กำหนดโควตาสำหรับสินค้านำเข้าหรือใช้นโยบายคุ้มครองสินค้าที่ผลิตขึ้นภายในประเทศ ซึ่งเป็นการค้าระหว่างประเทศที่ไม่ได้ยึดหลักการค้าเสรี จึงทำให้ประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากการค้าระหว่างประเทศลดน้อยลงและมีความไม่เป็นธรรมในการค้ามากขึ้น

จากความไม่เป็นธรรมในด้านการค้าระหว่างประเทศซึ่งมีการได้เปรียบและเสียเปรียบกับประเทศที่อยู่ในภูมิภาคเดียวกัน ผลิตสินค้าคล้ายคลึงกันและประสบปัญหาทางด้านเศรษฐกิจร่วมกันได้มีการรวมกลุ่มกันและขยายการรวมกลุ่มเพื่อให้บรรลุเป้าหมายด้านเศรษฐกิจสำคัญ โดยมีหลักการและเป้าหมายของการรวมกลุ่มได้แก่ การแก้ไขระบบภาษีศุลกากร การจัดตั้งเขตการค้าเสรี เพื่อการเคลื่อนย้ายปัจจัยการผลิตอย่างเสรีและการกำหนดนโยบายร่วมกัน สมชาย ภคภาสน์วิวัฒน์ (2537) กล่าวว่า การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจนั้นอาจแบ่งลักษณะในการรวมตัวตามความลึกซึ้งออกเป็น 5 ระดับด้วยกัน กล่าวคือระดับแรกเป็นการรวมตัวที่เรียกว่า เขตการค้าเสรี (Free Trade Area) ระดับที่สองเป็นการรวมกลุ่มที่ลึกซึ้งกว่าระดับแรกเรียกว่า สหภาพศุลกากร (Customs Union) ระดับที่สามเป็นการรวมกลุ่มที่เราเรียกว่าตลาดร่วม (Common Market) ระดับที่สี่ สหภาพทางเศรษฐกิจหรือทางการเงิน (Economic Union หรือ Monetary Union) ระดับสุดท้ายเป็นระดับสูงสุด เราเรียกว่าสหภาพเศรษฐกิจสมบูรณ์แบบ (Total Economic Union) หรือ การรวมตัวทางเศรษฐกิจอย่างสมบูรณ์แบบ (Complete Economic Integration) หมายถึงการรวมตัวด้านการปกครอง เศรษฐกิจและการเมืองและอรณี นวลสุวรรณ์ (2531) กล่าวว่า ในการรวมกลุ่มมักมีจุดหมายในการป้องกันตนเองจากกลุ่มอื่นหรือการแสวงหาอำนาจ โดยบางประเทศเข้าร่วมเพราะเต็มใจในบางประเทศเข้าร่วมเพราะไม่อาจขัดขืน

ประเทศไทยได้เห็นความสำคัญของการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจและได้เข้าร่วมสมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้หรืออาเซียน (Association of South East Asian Nations : ASEAN) ต่อมาได้มีข้อเสนอให้จัดตั้งเขตการค้าเสรีอาเซียน (ASEAN Free Trade Agreement : AFTA) มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ประเทศสมาชิกค่อยๆ ยกเลิกหรือลดภาษีศุลกากร สำหรับสินค้าส่วนใหญ่ที่ค้าขายกันอยู่ ให้เหลือร้อยละ 5 ภายในระยะเวลา 15 ปี

ภายหลังที่การดำเนินการไปสู่การจัดตั้งเขตการค้าเสรีอาเซียนได้บรรลุเป้าหมาย ในการประชุมสุดยอดอาเซียน (ASEAN Summit) ครั้งที่ 8 เมื่อเดือนพฤศจิกายน 2550 ณ ประเทศกัมพูชา ที่ประชุมได้เห็นชอบให้อาเซียนกำหนดทิศทางการดำเนินงานเพื่อมุ่งไปสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AECและในการประชุมสุดยอดอาเซียน ครั้งที่ 12 ในเดือน มกราคม 2550 ณ ประเทศฟิลิปปินส์ อาเซียนได้เห็นชอบที่จะเร่งรัดการจัดตั้ง AEC จากเดิมในปี 2563 เป็นปี 2558 โดยได้ลงนามในปฏิญญาเซบูว่าด้วยการเร่งรัดการจัดตั้งประชาคมอาเซียนในปี 2558 (Cebu Declaration on the Acceleration of the Establishment of an ASEAN Community by 2558)

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2554) กล่าวว่า ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน(ASEAN Economic Community: AEC) เป็นหนึ่งในเสาหลักของประชาคมอาเซียน ซึ่งมีเป้าหมายที่จะเสริมสร้างความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจของประเทศอาเซียนให้เป็นปึกแผ่นยิ่งขึ้น โดยมีเป้าหมายหลัก 4 ประการ 1) การเป็นตลาดและฐานการผลิตเดียว 2) การเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน 3) การพัฒนาเศรษฐกิจอย่างเสมอภาค และ 4) การบูรณาการเข้ากับเศรษฐกิจโลก ทั้งนี้ ประเทศสมาชิกอาเซียนตั้งเป้าจะก้าวสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนภายในปี 2558 อันจะทำให้เกิดตลาดเดียวที่มีขนาดใหญ่ด้วยประชากรราว 580 ล้านคน และมีขนาดเศรษฐกิจเป็นมูลค่ารวมกันถึง 1.5 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

ในปัจจุบันการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมของไทยที่มีมูลค่าการส่งออกมากที่สุดคือ เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ รองลงมาได้แก่ ยานพาหนะอุปกรณ์และส่วนประกอบ เครื่องใช้ไฟฟ้า อัญมณีและเครื่องประดับ ตามลำดับ สำหรับสินค้าอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มยังคงเป็นสินค้าส่งออกที่สำคัญเป็นอันดับ 13 ในปี 2553 อันดับ 12 ในปี 2552 และอันดับ 11 ในปี 2551 โดยมียอดส่งออก 101,461.79, 101,076.94, 115,586.36 ล้านบาท ตามลำดับ (ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์,2554) และจากข้อมูลในงานวิจัยเรื่อง “สร้างมูลค่าเพิ่มภาคอุตสาหกรรมสิ่งทอและแฟชั่นระดับรากแก้ว” กล่าวว่า “ประมาณร้อยละ 30 ของการส่งออกในอุตสาหกรรมนี้มาจากกลุ่มผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)” (ศูนย์บริการวิชาการสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2550)

การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและความมั่นคงทางสังคมอย่างยั่งยืน ในส่วนการเพิ่มสมรรถนะและขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 จำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการปรับโครงสร้างการผลิตและการค้าของประเทศให้ดำเนินไปในทิศทางเดียวกันสนับสนุนธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้สามารถพึ่งพาตนเอง รวมถึงการรับถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยจากธุรกิจขนาดใหญ่ โดยผสมผสานภูมิปัญญาไทยกับวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีสมัยใหม่ (สำนักงานคณะกรรมการ

พัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2544) ทองพันชั่ง พงษ์วารินทร์(2551) กล่าวว่า ในการที่ท่านจะสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน เพื่อทำให้สามารถอยู่ในโลกของการแข่งขันกันอย่างรุนแรงในปัจจุบันนั้น ไมเคิล อี พอตเตอร์ ได้เสนอแนวคิด “การสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน หรือ Competitive Advantage” ประกอบด้วย 1. กลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุน (Cost Leadership) 2. กลยุทธ์ด้านการสร้างความแตกต่าง (Differentiation) 3. กลยุทธ์มุ่งเน้นที่จุดสนใจ (Focus)

ความสำคัญของนวัตกรรมการจัดการนั้น โจเซฟ ชุมปีเตอร์ (Joseph Schumpeter, 1934) ได้กล่าวว่า ผู้ประกอบการต่างก็หาทางใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีในการผลิตสินค้า บริการ หรือกระบวนการแบบใหม่ เพื่อสร้างประโยชน์ให้กับองค์กร ทำให้องค์กรมีกำไรจากการเป็นผู้ผูกขาด (monopoly profit)พงษ์ ผาวิจิตร(2548)กล่าวว่าท่ามกลางสภาวะการแข่งขันที่รุนแรงและเข้มข้นของโลกไร้พรมแดนกดดันให้องค์กรต้องค้นคิดเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน นั่นคือสรรหานวัตกรรมใหม่ๆ ในทางธุรกิจเศรษฐพงศ์ มะลิสุวรรณ(2549) กล่าวว่านวัตกรรมจะทำให้เราค่อยๆ ก้าวนำห่างออกจากคู่แข่งซึ่งหากองค์กรใดไม่สามารถคิดค้นนวัตกรรมได้ ในขณะที่องค์กรอื่นๆ มีการคิดค้น เปลี่ยนแปลงและปรับปรุงกระบวนการดำเนินการต่างๆ อยู่ตลอดเวลาจะเป็นการเสี่ยงต่อผลการดำเนินงานขององค์กรนั้นๆ รวมถึงการพัฒนานวัตกรรมอย่างต่อเนื่องซึ่งเป็นกุญแจสำคัญที่ก่อให้เกิดการสร้างสรรค์และเพื่อความยั่งยืนขององค์กร ทำให้สามารถสร้างความสามารถในการแข่งขันได้

ดังนั้นการศึกษาครั้งนี้ จึงศึกษาเกี่ยวกับการรวมตัวกันเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC) โดยจะศึกษาถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นในอนาคตปี พ.ศ. 2558 ของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในกลุ่มผู้ประกอบการขนาดกลาง (SMEs)โดยการสร้างภาพในอนาคต คือ อนาคตภาพทางบวก (Optimistic-Realistic Scenario) อนาคตภาพทางลบ (Pessimistic-Realistic Scenario) และอนาคตภาพที่น่าจะเป็นไปได้มากที่สุด (Most Probable Scenario) มาศึกษาในการพัฒนาเชิงรุกในการวางแผนรับสถานการณ์ที่คาดว่าจะเกิดขึ้น (Scenario Planning) และการวางแผนระบบการจัดการเพื่อเพิ่มศักยภาพโดยการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขัน เพื่อนำไปใช้สร้างความเข้มแข็งให้กับอุตสาหกรรมฯ ให้สามารถแข่งขันในตลาดการค้าระหว่างประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

คำถามของการวิจัย

การรวมตัวกันเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC) ปี พ.ศ. 2558 เป็นการผนึกกำลังร่วมกันของภูมิภาคซึ่งอาเซียนจะได้ประโยชน์จากขนาดของตลาด และฐานการผลิตร่วมกัน (Economy of Scale) ทำให้ประเทศไทยต้องมีการศึกษาถึงผลกระทบทั้งในด้านบวกด้านลบ และความสามารถด้านการแข่งขันในธุรกิจส่งออก โดยเฉพาะเครื่องนุ่งห่ม ทำให้ต้องมีการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขัน จึงเกิดคำถามของงานวิจัยว่า“อนาคตของธุรกิจส่งออกเครื่องนุ่งห่มในกลุ่มผู้ประกอบการขนาดกลาง (SMEs) หลังจากการรวมตัวกันเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ปี พ.ศ. 2558เป็นอย่างไร”

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอนาคตภาพทางบวกอนาคตภาพทางลบและอนาคตภาพที่น่าจะเป็นไปได้เกี่ยวกับนวัตกรรมในการจัดการหลังจากการเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

(ASEAN Economic Community: AEC) ในปี พ.ศ. 2558 ของธุรกิจส่งออกเครื่องนุ่งห่มในกลุ่มผู้ประกอบการขนาดกลาง (SMEs) ในประเทศไทย

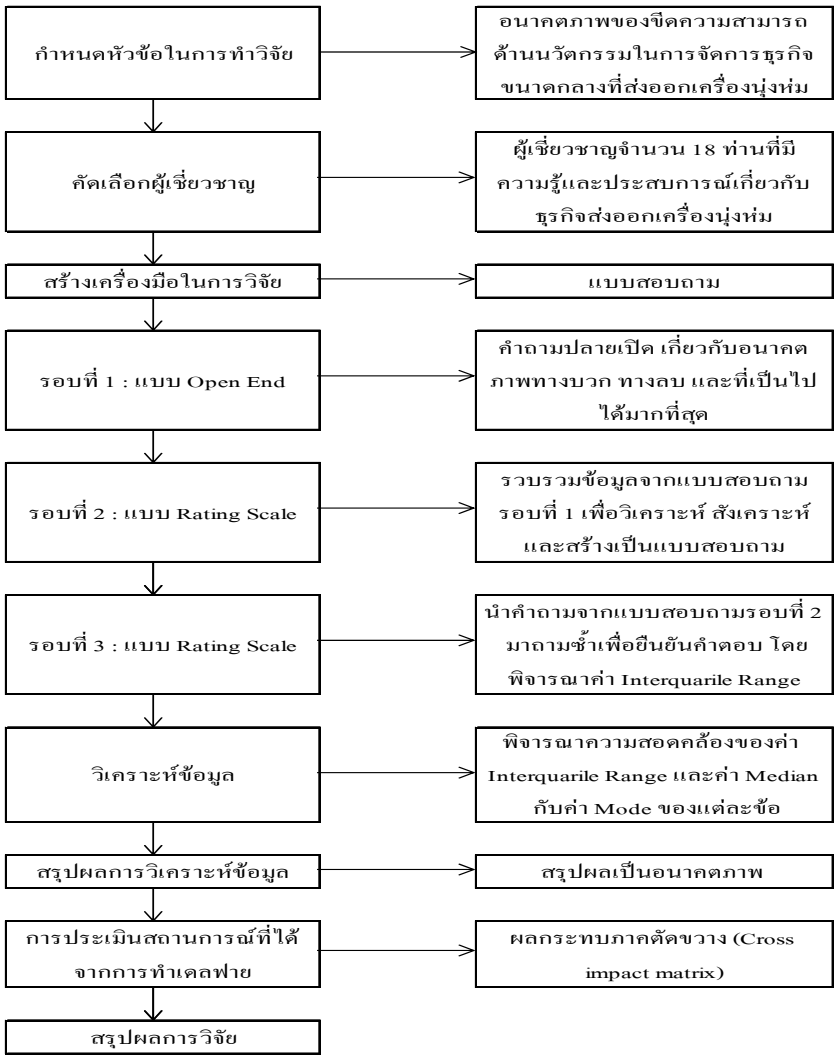
วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยอนาคต (Future Research) ซึ่งเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยเทคนิคเดลฟาย (Delphi technique)และการวิเคราะห์ผลกระทบไขว้ (Cross impact matrix)โดยมีกระบวนการดังต่อไปนี้

การเลือกผู้เชี่ยวชาญงานวิจัยนี้มีกลุ่มผู้เชี่ยวชาญจำนวน 18 คนที่มีความรู้และประสบการณ์เกี่ยวกับธุรกิจส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มในการตอบคำถามและให้ข้อมูลในขั้นตอนของการทำการวิจัยเชิงอนาคต โทมัส แมคมิลแลน (Thomas T. Macmillan, อ้างถึงใน มาลินี อุทธิเสน, 2540) ได้เสนอผลการวิจัยเกี่ยวกับผู้เชี่ยวชาญที่จะใช้ในการวิจัยด้วยเทคนิคเดลฟายว่า เมื่อมีจำนวนผู้เชี่ยวชาญตั้งแต่ 17 คนขึ้นไป อัตราการลดลงของความคลาดเคลื่อนจะยิ่งมีน้อยมาก

การเลือกสรรกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ หมายถึง การพิจารณาผู้ที่ได้รับการฝึกฝนและมีความรู้เป็นเลิศในเรื่องนั้นๆ และรวมไปถึงผู้ที่มีประสบการณ์สามารถให้ข้อมูลที่ผู้วิจัยต้องการได้ การคัดสรรผู้เชี่ยวชาญเพื่อใช้ในงานวิจัยที่ใช้เทคนิคเดลฟาย มีความสำคัญเป็นอย่างมากเนื่องจากผลการวิจัยจะถูกต้องมากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับคุณภาพของผู้เชี่ยวชาญที่ผู้วิจัยคัดสรรมา ในงานวิจัยนี้จะนำเทคนิคการเลือกตัวอย่างแบบลูกโซ่ (Snowball Sampling) มาใช้ในการเลือกกลุ่มผู้เชี่ยวชาญเป็นการเลือกตัวอย่างในลักษณะการสร้างเครือข่ายข้อมูล โดยเลือกจากหน่วยตัวอย่างกลุ่มแรก และตัวอย่างกลุ่มนี้เสนอบุคคลอื่นที่มีลักษณะใกล้เคียงต่อๆไปโดยสามารถแบ่งกลุ่มตัวอย่างได้เป็นสี่กลุ่มดังนี้ กลุ่มผู้เชี่ยวชาญจากภาครัฐ จำนวน 3 คน กลุ่มผู้เชี่ยวชาญจากกลุ่มตัวแทนของภาคเอกชน จำนวน 8 คน กลุ่มผู้เชี่ยวชาญจากภาควิชาการ จำนวน 3 คน และกลุ่มประกอบการธุรกิจส่งออก จำนวน 4 คน

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิเคราะห์ผลกระทบภาคตัดขวาง (Cross impact matrix) จากผู้ประกอบธุรกิจส่งออกเครื่องนุ่งห่มจำนวน 80 คน โดยแบ่งเป็น 5 กลุ่ม จากกลุ่มผู้ส่งออก โบ๊เบ๊-แพลทตินั่ม-ประตูน้ำ-สยามสแควร์-จตุจักรซึ่งสำนักให้คำปรึกษาธุรกิจระหว่างประเทศ จัดโครงการพัฒนาย่านธุรกิจแฟชั่น ให้กับกลุ่มผู้ส่งออกเหล่านี้เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพสูงในการส่งออก



ภาพที่ 1 กระบวนการในการทำวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ด้วยตนเอง โดยใช้เทคนิคเดลฟาย (Delphi Technique) การใช้แบบสอบถามปลายเปิดในรอบแรก แล้วทำการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) จากผลการสอบถามในรอบแรกแล้ว นำมาสร้างเป็นแบบสอบถามรอบที่ 2 ในแบบเลือกตอบแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 สเกล นำคำตอบจากแบบสอบถามรอบที่ 2 มาวิเคราะห์ค่าความถี่ ค่ามัธยฐาน และพิสัยระหว่างควอไทล์และตำแหน่งที่ทรงคุณวุฒิแต่ละคนตอบในการตอบแบบสอบถามรอบที่ 2 ของแต่ละคำถาม สร้างเป็นแบบสอบถามรอบที่ 3 นี้ ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์หาค่าความถี่ ร้อยละมัธยฐาน ฐานนิยม ความแตกต่างระหว่างค่ามัธยฐานกับค่าฐานนิยม ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์นำผลที่ได้มาสรุปและสร้างอนาคตภาพจากการทำวิจัย

การวิเคราะห์ผลกระทบภาคตัดขวาง (Cross Impact Matrix)เป็นขั้นตอนของการประเมินสถานการณ์ที่ได้จากการจากการทำเดลฟาย โดยสร้างเมตริกซ์ของเหตุการณ์และผลของแนวโน้ม โดยสร้างทั้งแนวนอนและแนวตั้ง และทำการวิเคราะห์โดยที่ทำเครื่องหมายลงในเมตริกซ์ว่าความเป็นไปได้แค่ไหนและแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างเหตุการณ์ต่างๆการวิเคราะห์เมทริกซ์ผลกระทบไขว้ของอนาคตภาพโดยใช้เกณฑ์ค่ามัธยฐานเช่นเดียวกันกับเทคนิคเดลฟาย (Delphi technique) และใช้ค่าเปอร์เซ็นในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปร

ผลการวิจัย

ผลจากการใช้เทคนิคเดลฟาย (Delphi technique) พิจารณาจากค่าสถิติที่ใช้ ได้แก่เกณฑ์แนวโน้มในการพิจารณาข้อกระทงที่เป็นไปได้ คือ ค่ามัธยฐาน (Median) มีค่า 3.5 ขึ้นไป เกณฑ์ในการพิจารณาความสอดคล้องของผู้เชี่ยวชาญ คือ ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (Interquartile Range) มีค่าไม่เกิน 1.5 ค่าฐานนิยมลบด้วยค่ามัธยฐาน (Mode - Median) มีค่าไม่เกิน 1.0

อนาคตภาพทางบวก (Optimistic-Realistic Scenario)ทั้งหมด 10 ภาพตามความเห็นของผู้เชี่ยวชาญ ดังนี้ 1) วัตถุดิบในการผลิตจะมีราคาถูกลง 2)จะช่วยดึงดูดการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศเข้ามาในอาเซียนและประเทศไทย 3) ผู้บริโภคจะได้รับสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพมากขึ้น ราคาถูกลง มีความหลากหลายมากขึ้น 4) ธุรกิจส่งออกเครื่องนุ่งห่มจะมีโอกาสขยายตัวมากขึ้นจากการพัฒนาแนวคิดให้ไทยเป็นศูนย์กลางการออกแบบสินค้าแฟชั่น 5) จะมีการรวมกลุ่มกันในระหว่างผู้ผลิตมากขึ้นตั้งแต่การรวมกลุ่มของอุตสาหกรรมต้นน้ำ กลางน้ำจนถึงปลายน้ำ 6) ผู้ผลิตฯจะพัฒนาสินค้าและบริการอย่างต่อเนื่องเพื่อรองรับการแข่งขัน 7) ไทยจะสามารถขยายการส่งออกสินค้าไปยังประเทศ ในกลุ่มอาเซียน เนื่องจากมีฐานลูกค้ามากขึ้น 8) กระบวนการผลิตจะมีการปรับตัวให้ทันสมัย ประหยัดมีคุณภาพและรวดเร็วโดยการแลกเปลี่ยนความรู้ 9) อำนาจการต่อรองกับลูกค้านอกกลุ่มจะมากขึ้น ทำให้โอกาสในการขายสินค้านอกกลุ่มสูงขึ้น 10) ภาพรวมผลิตภัณฑ์มวลรวม (GDP) ภายในประเทศของอุตสาหกรรมฯจะมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้น

อนาคตภาพทางลบ (Pessimistic-Realistic Scenario)ทั้งหมด 8 ภาพตามความเห็นของผู้เชี่ยวชาญ ดังนี้ 1) จะมีการลงทุนที่สูงขึ้น ทั้งในด้านเครื่องจักรอุปกรณ์ และการลงทุนพัฒนาบุคลากรรวมถึงระบบการขนส่ง 2) จะมีการเคลื่อนย้ายทุนจากไทยไปยังประเทศอื่นๆ เนื่องจากต้นทุนที่ถูกกว่า 3) ผู้ประกอบการที่มีต้นทุนสูงและประสิทธิภาพการดำเนินงานต่ำจะต้องขายหรือปิดกิจการ 4) ผู้บริโภคจะมีทางเลือกที่มากขึ้นมีโอกาสที่จะบริโภคสินค้าและบริการที่ถูกลงจากสินค้าต่างประเทศทำให้สินค้าในประเทศขายได้น้อยลง 5) การจ้างงานในประเทศจะลดลงจากจำนวนโรงงานที่ลดลง 6) แรงงานและการพัฒนาฝีมือแรงงานจะลดน้อยลง เนื่องจากแรงงานไปอยู่ในอุตสาหกรรมอื่นๆแทน 7) ราคาของผลิตภัณฑ์จะต่ำลง เพื่อตอบสนองการแข่งขันจะมีการแข่งขันระหว่างผู้ประกอบการไทยกันเอง เช่น การตัดราคาทำให้ได้ผลตอบแทนการลงทุนต่ำลง 8) ส่วนแบ่งการตลาดในประเทศจะลดลงไป

อนาคตภาพที่น่าจะเป็นไปได้มากที่สุด (Most-Probable Scenario)เกี่ยวกับนวัตกรรมในการจัดการทั้งหมด 39ภาพโดยแบ่งเป็น 5 ด้านดังนี้

ด้านที่ 1 Product Innovations : 1) จะเน้นการเป็นผู้นำหรือการพัฒนาแฟชั่น แทนการเป็นผู้ติดตามเพื่อเพิ่มโอกาสในการขาย 2) จะมีการผลิตสินค้าที่มีความหลากหลายรูปแบบจากความต้องการ

ของผู้ซื้อที่มีความหลากหลายมากขึ้น 3) จะมีการผลิตสินค้าจากวัตถุดิบที่หลากหลายมากขึ้นจากการลดภาษีนำเข้าตามข้อตกลง 4) จะมีการพัฒนารูปแบบสินค้าและบริการอยู่ตลอดเวลาทำให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่องเป็นรูปธรรม 5) จะมีการสร้างอัตลักษณ์เฉพาะตัวของสินค้ามากขึ้นทำให้ลอกเลียนแบบได้ยากขึ้น 6) จะมีการการพัฒนาการผลิตผ้าและเครื่องนุ่งห่มจากเส้นใยอื่นที่มีแหล่งวัตถุดิบต้นน้ำในอาเซียนเอง 7) ผู้ผลิตจะหาวัตถุดิบง่ายขึ้นคุณภาพดีขึ้นจากประเทศสมาชิก 8)จะมีการผลิตสินค้าหรือบริหารใหม่ที่เน้นรูปแบบเฉพาะที่มีการแสดงความเป็นไทย

ด้านที่ 2 Process Innovations :1) จะมีการนำวัตถุดิบที่แตกต่างหลากหลายมาผลิตสินค้าโดยการนำเข้าวัตถุดิบจากประเทศต่างในกลุ่มอาเซียน 2) จะมีการพัฒนาการออกแบบที่หลากหลายมากขึ้นจากวัตถุดิบที่หลากหลาย 3) จะมีการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมลดการใช้พลังงานรักษาสิ่งแวดล้อมมากขึ้น 4) จะมีการพัฒนามาตราฐานการผลิตสูงขึ้นจากการแลกเปลี่ยนความรู้ในภูมิภาค 5) จะมีการเคลื่อนย้ายปัจจัยการผลิตได้อย่างเสรีสามารถผลิตที่ใดก็ได้ที่มีต้นทุนต่ำ 6) จะมีการผลิตที่รวดเร็วขึ้นจากการแลกเปลี่ยนทางเทคโนโลยีกับประเทศต่างๆในกลุ่มฯ 7) จะมีการศึกษาความแตกต่างทางสังคม วัฒนธรรม เพื่อพัฒนาการออกแบบ และกระบวนการผลิต 8) จะมีการเปลี่ยนแปลงกระบวนการผลิตหรือกระบวนการนำเสนอผลิตภัณฑ์การพัฒนาสินค้าและบริการร่วมกันเป็นสินค้าเฉพาะของ AEC 9) จะมีการเพิ่มระบบช่องทางการจัดจำหน่ายให้มีความหลากหลายเหมาะสมกับการค้าระหว่างประเทศ

ด้านที่ 3 Position Innovation : 1) จะมีการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ให้ไทยเป็นศูนย์กลางแห่งการออกแบบสินค้าแฟชั่น 2) จะมีการพัฒนาสู่การผลิตตามรูปแบบสินค้าที่คิดขึ้นมาเอง (Original Design Manufacturer : ODM) และการผลิตภายใต้รูปแบบและตราสินค้าของตนเอง (Original Brand Manufacturer : OBM) 3) จะมีการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ให้ราคาสูงและคุณภาพสูงขึ้น 4) จะมีการจัดกลุ่มและศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคอย่างลึกซึ้งเพื่อกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสม

ด้านที่ 4 Paradigm Innovations : 1) จะมีการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีสมัยใหม่ มีการนำเทคนิคใหม่ๆ มาใช้ในการผลิต 2) จะมีการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรม เปลี่ยนค่านิยม ทัศนคติ ความเชื่อต่างๆ ให้ทันสมัย 3) ผู้ประกอบการส่งออกเครื่องนุ่งห่มจะมีการร่วมมือกันในลักษณะของการจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chains) มากขึ้น 4) จะมีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างองค์กรให้มีการทำงานอย่างเป็นระบบ มีการบังคับบัญชาที่ชัดเจน 5) จะมีการเปลี่ยนแปลงกลยุทธ์ มีการพัฒนาในการนำกลยุทธ์ที่เหมาะสมทันสมัยมาปรับเปลี่ยนใช้ 6) จะมีการเปลี่ยนแปลงตัวบุคคลในการบริหารมีการจ้างบุคคลภายนอกมาเป็นผู้บริหารระดับสูง 7) จะมีการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมลดการใช้พลังงานมากขึ้นมุ่งการช่วยเหลือสังคมเพื่อให้ผู้บริโภคยอมรับมากขึ้น 8)จะมีการเปลี่ยนแนวคิดจากคู่แข่งมาเป็นพันธมิตรทางการค้ากับประเทศต่างๆในกลุ่มอาเซียน

ด้านที่ 5 นวัตกรรมในการจัดการด้านอื่นๆ: 1) จะมีการสนับสนุนเงินทุนจากภาครัฐเพื่อพัฒนาด้านบุคลากรและเทคโนโลยี 2) จะมีการสร้างระบบเครือข่ายในการขนส่งหลายรูปแบบที่เชื่อมโยงต่อกัน 3) จะมีการนำระบบบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพรวดเร็วมาปรับใช้ให้เหมาะสมกับธุรกิจ 4) ภาครัฐและเอกชนจะมีสร้างกระบวนการหรือเครื่องมือที่จะทำให้เกิดประสิทธิผลในด้านผู้ขายสามารถวางแผนการผลิต ได้อย่างมีประสิทธิภาพมีความ

รวดเร็วแม่นยำในการส่งมอบสินค้าแก่ผู้ซื้อ 5)การให้ความสำคัญกับการสร้างตราสินค้า (Brand) 6) จะมีการสร้างบุคลากรรุ่นใหม่ที่มีความสามารถด้านภาษาและความสามารถในการบริหารจัดการมากขึ้น 7) จะมีลดการแข่งขันระหว่างผู้ประกอบการไทย 8) จะมีการยกระดับสินค้า และมีการแบ่งระดับสินค้าให้มีความชัดเจนเพื่อความเหมาะสมกับตลาดที่แตกต่างกัน 9)ภาครัฐและเอกชนจะมีการร่วมมือสร้างกระบวนการหรือเครื่องมือที่จะทำให้เกิดประสิทธิผลในด้านผู้ซื้อได้รับความสะดวกในการซื้อสินค้า 10)จะมีการการส่งผ่านองค์ความรู้ในลักษณะของวิธีปฏิบัติที่ทำให้องค์กรประสบความสำเร็จ (Best Practice) จนนำไปสู่การจัดการความรู้ (Knowledge Management : KM)

ผลจากการเก็บข้อมูลการวิจัยโดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์ผลกระทบไขว้ (Cross-Impact Analysis) จากผู้ประกอบธุรกิจส่งออกเครื่องนุ่งห่ม จำนวน 80 คนพบว่าผู้ประกอบธุรกิจส่งออกเครื่องนุ่งห่มเห็นด้วยกับภาพอนาคตโดยมีภาพอนาคตในด้าน Process innovations เป็นภาพที่เห็นด้วยมากที่สุด และด้านนวัตกรรมในการจัดการด้านอื่นๆเป็นอนาคตภาพที่เป็นไปได้มากที่สุด และด้าน Product Innovations มีความเป็นไปได้ที่จะเกิดขึ้นน้อยที่สุด ในส่วนผลของปฏิสัมพันธ์จากเมทริกซ์ผลกระทบไขว้พบว่าอนาคตภาพด้าน Optimistic-Realistic, Pessimistic-Realistic, Product Innovations, Position Innovations และ Another Innovations มีแนวโน้มของปฏิสัมพันธ์ไปในทิศทางที่ส่งผลให้เกิดเหตุการณ์ผลกระทบต่ออนาคตภาพอื่นๆในด้านบวก ในส่วนของอนาคตภาพด้าน Process innovations และParadigm innovations พบว่าไม่มีแนวโน้มของปฏิสัมพันธ์ที่จะส่งเสริมหรือยับยั้งเหตุการณ์อื่นๆ

ตารางที่ 1
ความคิดเห็นต่อภาพอนาคตของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง

ภาพอนาคต	ความเห็นต่อภาพอนาคต				ความเป็นไปได้ที่จะเกิดในอนาคต			
	Mean	Median	Mode	Std. Deviation	Mean	Median	Mode	Std. Deviation
Optimistic-Realistic	4.2625	4	5	0.8381	4.2500	4	4	0.7547
Pessimistic-Realistic	4.3250	4.5	5	0.8385	3.7375	3.5	3	1.1222
Product innovations	4.3000	4	5	0.7531	3.6625	4	5	1.1245
Process innovations	4.4125	5	5	0.7411	4.2250	4	4	0.5948
Position innovations	4.1500	4	4	0.8434	4.0000	4	4	0.7795
Paradigm innovations	4.2625	4	4	0.7588	4.5375	5	5	0.5017
Another innovations	4.2750	5	5	0.9137	4.5500	5	5	0.5253

ตารางที่ 2

เมทริกซ์ผลกระทบไขว้ของอนาคตภาพ

	1	2	3	4	5	6	7
1 Optimistic-Realistic	X	+	+	0	+	0	+
2 Pessimistic-Realistic	0	X	-	-	-	0	0
3 Product innovations	+	+	X	+	+	0	0
4 Process innovations	+	+	+	X	+	0	+
5 Position innovations	+	0	0	0	X	0	+
6 Paradigm innovations	0	0	+	0	+	X	+
7 Another innovations	+	+	+	+	+	+	X
Total	+	+	+	0	+	0	+

สรุปผลและข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัยครั้งนี้ จากวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา อนาคตทางบวกทางลบและอนาคตภาพที่น่าจะเป็นไปได้เกี่ยวกับนวัตกรรมในการจัดการหลังจากการเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC) ในปี พ.ศ. 2558 ของธุรกิจส่งออกเครื่องนุ่งห่มในกลุ่มผู้ประกอบการขนาดกลาง (SMEs)ในประเทศไทยพบภาพอนาคตทางบวก 10 ภาพภาพอนาคตทางลบพบ 8 ภาพ ภาพอนาคตที่เป็นไปได้มากที่สุดด้านนวัตกรรมในการจัดการ 5 ด้านรวม 39 ภาพ

ในด้านการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน(Competitive Advantage)จากภาพอนาคตพบว่า

1. กลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุน (Cost Leadership) วัตถุดิบในการผลิตจะมีราคาถูกลง จะมีการรวมกลุ่มกันในระหว่างผู้ผลิตมากขึ้นตั้งแต่การรวมกลุ่มของอุตสาหกรรมต้นน้ำ กลางน้ำ จนถึงปลายน้ำในลักษณะของห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chains) มากขึ้น กระบวนการผลิตจะมีการปรับตัวให้ทันสมัยประหยัดมีคุณภาพและรวดเร็ว

2. กลยุทธ์ด้านการสร้างความแตกต่าง (Differentiation) จะมีการพัฒนารูปแบบสินค้าและบริการอยู่ตลอดเวลาทำให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่องเป็นรูปธรรมและจะมีการสร้างอัตลักษณ์เฉพาะตัวของสินค้ามากขึ้นทำให้ลอกเลียนแบบได้ยากขึ้นจะมีการนำวัตถุดิบที่แตกต่างหลากหลายมาผลิตสินค้าโดยการนำเข้าวัตถุดิบจากประเทศต่างๆ ในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน จะมีการพัฒนาการออกแบบได้หลากหลายมากขึ้นจากวัตถุดิบที่หลากหลายภาครัฐและเอกชนจะมีการสร้างกระบวนการหรือเครื่องมือที่จะทำให้เกิดประสิทธิผลต่อผู้ซื้อและผู้ขาย

3. กลยุทธ์มุ่งเน้นที่จุดสนใจ (Focus) การพัฒนาแนวคิดให้ไทยเป็นศูนย์กลางการออกแบบสินค้าแฟชั่นรวมทั้งจะมีการผลิตสินค้าหรือบริการใหม่ที่เน้นรูปแบบเฉพาะที่มีการแสดงความเป็นไทยมากขึ้นจะมีการศึกษาความแตกต่างทางสังคมวัฒนธรรม เพื่อพัฒนาการออกแบบ และกระบวนการผลิตจะมีการเปลี่ยนแปลงกระบวนการผลิตหรือกระบวนการนำเสนอผลิตภัณฑ์การพัฒนาสินค้าและบริการร่วมกันเป็นสินค้าเฉพาะของ ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนจะมีการเพิ่มระบบช่องทางการจัดจำหน่ายให้มีความหลากหลายเหมาะสมกับการค้าระหว่างประเทศจะมีการจัดกลุ่มและศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคอย่างลึกซึ้งเพื่อกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสม

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วยอนาคตภาพของธุรกิจส่งออกเครื่องนุ่งห่มของกลุ่มผู้ประกอบการขนาดกลาง (SMEs)ในประเทศไทยเกี่ยวกับอนาคตภาพทางบวก (Optimistic-Realistic Scenario)ได้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจส่งออกเครื่องนุ่งห่มควรมีการวางแผนล่วงหน้าเกี่ยวกับการจัดซื้อและการจัดหาแหล่งวัตถุดิบในการผลิต การเตรียมแผนโครงการธุรกิจในอนาคตเพื่อตอบสนองและการนำเสนอแผนให้นักลงทุนจากต่างประเทศที่จะเข้ามาในประเทศไทย ควรพัฒนาสินค้าและบริการอย่างต่อเนื่องรวมถึงการพัฒนากระบวนการผลิตให้ทันสมัยประหยัดมีคุณภาพและรวดเร็วโดยการรวมกลุ่มกันในระหว่างผู้ผลิตมากขึ้นเพื่อการแลกเปลี่ยนความรู้ตั้งแต่การรวมกลุ่มของอุตสาหกรรมต้นน้ำ กลางน้ำจนถึงปลายน้ำ และการวางแผนเกี่ยวกับกำลังการผลิตเพื่อตอบสนองการขยายการส่งออกสินค้าไปยังประเทศในกลุ่มอาเซียน ในด้านอนาคตภาพทางลบ (Pessimistic-Realistic Scenario) ควรมีการวางแผนในเรื่องของเงินทุนที่จำเป็นที่จะต้องใช้ทั้งการลงทุนในด้านเครื่องจักรอุปกรณ์ และการลงทุนพัฒนาบุคลากร ควรมีการหาแหล่งเงินทุนในระยะยาวและแหล่งเงินทุนหมุนเวียน และการวางแผนเกี่ยวกับบุคลากรเพื่อรักษาแรงงานของผู้ประกอบการและอนาคตภาพที่น่าจะเป็นไปได้มากที่สุด (Most-Probable Scenario)ผู้ประกอบการธุรกิจส่งออกเครื่องนุ่งห่มควรหันมาศึกษาในเรื่องการออกแบบสินค้าและการพัฒนาแฟชั่นโดยการเป็นผู้สร้างและเป็นผู้นำแฟชั่นของตนเอง ซึ่งควรจะออกแบบให้สินค้ามีความหลากหลายและการออกแบบเฉพาะสินค้าที่มีอัตลักษณ์และแสดงความเป็นไทยจะทำให้ลอกเลียนแบบได้ยากขึ้นศึกษาในการใช้วัตถุดิบในการผลิตทั้งภายในประเทศและประเทศในอาเซี่ยนด้วยกันเพื่อความประหยัดในต้นทุนซึ่งจะเกิดจากอัตราภาษีควรมีการศึกษาเกี่ยวกับความแตกต่างทางสังคมวัฒนธรรม เพื่อพัฒนาการออกแบบแฟชั่น การนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมลดการใช้พลังงานมากขึ้นมาใช้ เนื่องจากในอนาคตผู้บริโภคจะให้ความสนใจในเรื่องสิ่งแวดล้อมมากขึ้น และเพิ่มระบบช่องทางการจัดจำหน่ายให้มีความหลากหลายทันสมัย โดยการใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการนำเสนอและขายสินค้าจากการพัฒนาเรื่องแฟชั่นโดยการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ให้ไทยเป็นศูนย์กลางแห่งการออกแบบสินค้าแฟชั่น จึงควรพัฒนาผู้ผลิตให้เป็นผู้ผลิตสินค้าด้วยตราสินค้าของตนเอง Original Brand Manufacturer (OBM) ในการส่งออก ดังนั้นผู้ประกอบการจึงควรศึกษาเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาดระดับโลก (International Promotion) อีกด้วย

นอกจากการพัฒนาเรื่องเทคโนโลยีแล้วผู้ประกอบการธุรกิจส่งออกเครื่องนุ่งห่ม ควรมีการพัฒนาทางด้านวัฒนธรรม ค่านิยม ทัศนคติ ความเชื่อต่างๆ ให้ทันสมัย การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างองค์กรให้มีการทำงานอย่างเป็นระบบ มีการจ้างบุคคลภายนอกมาเป็นผู้บริหารระดับสูงเพื่อใช้ความสามารถประสบการณ์และความชำนาญในการจัดการธุรกิจ

ควรมีการร่วมมือกันในกลุ่มผู้ประกอบการในประเทศและเป็นพันธมิตรทางการค้ากับประเทศต่างๆ ในลักษณะของ ห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chains) และภาครัฐควรมีการวางแผนเกี่ยวกับการสนับสนุนเงินทุนเพื่อพัฒนาด้านบุคลากรและเทคโนโลยี และการสร้างระบบเครือข่ายในการขนส่งหลายรูปแบบที่เชื่อมโยงต่อกัน ภาครัฐและเอกชนควรสร้างกระบวนการหรือเครื่องมือที่จะทำให้เกิดประสิทธิผลในด้านผู้ขายและผู้ซื้อได้รับความสะดวกในการซื้อสินค้า เช่นระบบการขนส่งมวลชนที่มีประสิทธิภาพ การพัฒนาแหล่งธุรกิจ และควรนำระบบการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพรวดเร็วมาปรับใช้ให้เหมาะสมกับธุรกิจ

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาวิจัยภาพอนาคตของภาคธุรกิจอื่นๆ ที่อาจจะได้รับผลกระทบจากการเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC) ในปี พ.ศ. 2558

2. ควรมีการศึกษาวิจัยภาพอนาคตของการออกแบบแฟชั่นเครื่องนุ่งห่มโดยเฉพาะ

3. ควรมีการศึกษาวิจัยรูปแบบของความแตกต่างทางสังคม วัฒนธรรม ของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC) เพื่อการพัฒนาธุรกิจส่งออกเครื่องนุ่งห่มให้ตรงกับความต้องการ

4. ควรมีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับระบบการจัดการสมัยใหม่ที่มีความเหมาะสมกับธุรกิจส่งออกเครื่องนุ่งห่ม

เอกสารอ้างอิง

กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศกระทรวงพาณิชย์. (2552). **แนวทางการผลักดันภาคเอกชนไทย. ในการใช้ประโยชน์จาก AEC**. ธันวาคม (อัดสำเนา).

กฤษดา กรุดทอง. (1987). **การวิจัยเชิงอนาคต**. วารสารการวิจัยเพื่อการพัฒนา. ฉบับที่ 3. การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจ. เข้าได้จาก www.maceducation.com/e-knowledge/2423112100/01.html (ออนไลน์). สืบค้น วันที่ 22 มิถุนายน 2554.

การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจในภูมิภาคเอเชีย. **(**เข้าได้จาก www.oknation.net/blog/Polsciphayao51/2010/09/23/entry-1) สืบค้น วันที่ 22 มิถุนายน 2554.

จุมพล พูลภัทรชีวิน. (2529). การวิจัยอนาคต. **วารสารวิธีวิทยาการวิจัย.** จากข่าวสารวิจัยการศึกษา ปีที่1 ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม - เมษายน หน้า 22-24.

ทองพันชั่ง พงษ์วารินทร์. (2551). **การสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน**. กรกฎาคม Column How to. Post Today.

นาตยา ปิลันธนานนท์. (2526). **อนาคตศาสตร์**. พิมพ์ครั้งที่ 1 กรุงเทพมหานคร: พีระพัฒนา.

พงษ์ ผาวิจิตร. (2548). **42 นวัตกรรมทางธุรกิจ: ยุทธวิธีสู่ความเป็นเลิศเหนือคู่แข่ง.** กรุงเทพมหานคร: เนชั่นบุ๊คส์.

ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารโดยความร่วมมือของกรมศุลกากร. (2554). **มูลค่าการส่งออกของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย**. (อัดสำเนา).

ศูนย์บริการวิชาการสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. (2550). **สร้างมูลค่าเพิ่มภาคอุตสาหกรรมสิ่งทอและแฟชั่นระดับรากแก้ว**. 18 กันยายน.

ศูนย์ศึกษาการค้าระหว่างประเทศ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย. (2552) **ผลกระทบของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ต่อเศรษฐกิจการค้าของไทย ใน 6 ปีข้างหน้า.** สิงหาคม

เศรษฐพงค์ มะลิสุวรรณ. (2549). **การจัดการนวัตกรรม (Innovation Management).** เข้าได้จาก http://msitresearch.edublogs.org/ (ออนไลน์). สืบค้นเมื่อวันที่ 8 เมษายน 2554.

สมชาย ภคภาสน์วิวัฒน์. (2537). **การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจ**. วารสารเอเชียปริทัศน์. ปีที่15 ฉบับที่ 1 (ประจำเดือนมกราคม-เมษายน 2537): 1-7 สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร. (2554).

สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม (สศอ.) กระทรวงอุตสาหกรรม. (2550). **สรุปภาวะเศรษฐกิจอุตสาหกรรมปี 2550 และแนวโน้มปี 2551.** ธันวาคม.

สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม(สศอ.) กระทรวงอุตสาหกรรม. (2546). **โครงการจัดทำแผนแม่บทอุตสาหกรรม สาขาสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม.** ธันวาคม.

อรณี นวลสุรรณ์. (2531). **พัฒนาการของประชาคมยุโรปตั้งแต่ ค.ศ. 1980**. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์. มหาวิทยาลัย

Joseph Schumpeter. (1934). **Managing Innovation Key Issues in Innovation Management,** The Theory of Economic Development.

Robert B textor. (1980). **A Handbook on Ethnographic Futures Research**. Stanford, Calif. :Stanford University.

Wilson, I.H. (1978). **Scenarios.Handbooks of Futures Research.** Westport Connecticut: Greenwood Press.